

DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. ANDI.
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Dhewanto, Wawan. 2015. *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Bandung: Alfabeta
- Fadhilah, S., Wahyuni, S., & Nugroho, jonet A. (2016). Pembelajaran Pemasaran Online, Self Efficacy Dan Minat Berwirausaha Online Kelas Xi Pemasaran Smk Negeri Surakarta. *Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas Sebelas Maret*, 2(2), 1–18.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34.
- Kurnianingsih, W., & Sugiyanto. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia*. 1(1), 510–524.
- Ma, P. M. W. L., & Murtiyanto, R. K. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo*. 105–108.
- Mardiansyah, F. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 2461–0593.

- Maulana, R., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan)*. 2(3), 524–537.
- Purba, P. Y., Riawin, C., Wijaya, R., Suryani, W., & Andreas, W. (2019). The Influence of Product Quality, and Personal Selling on Purchasing Decisions of Loyal Brands at PT Kawi Agung Kencana. *Jurnal Mantik*, 3(January), 31–38.
- Ramdhan, J. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Dan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Distro House of Smith. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 03(01), 534–544.
- Rizkie, J. dan, & Juni, D. (2019). *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer* (ke-1). Pustaka Setia. (BUKU)
- Sari, I. P., Mursyida, E., & Lestari, R. (2016). E- commerce Tanjak Melayu Hasil Kerajinan Tangan Kelurahan Agrowisata Sebagai Upaya Promosi Pasar Global. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 3(3), 167–172.
- Septiani, F., & Robianto. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Fastrata Buana Bogor. *Jurnal Disrupsi Bisnis : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 4(1), 21. <https://doi.org/10.32493/drb.v4i1.9117>
- Sisca, dkk. (2021). *Manajemen Inovasi* (J. Simarmata (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Solihatun, N., Handoko, P., Made, H., Ciherang, C., Pandeglang, K., & Konsumen, M. B. (2018). *Pengaruh Pemasaran Online Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Alakita Home Made Cakes Ciherang Kabupaten Pandeglang*.
- Sugianto Putri, C. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami (ed.); ke-5). Alfabeta.
- Sumarni, I., Studi, P., Bisnis, A., Tinggi, S., & Administrasi, I. (2020). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Obat-Obatan Di Apotek Zafira Ruhama*. 3(2), 1322–1331.
- Suryajaya, I., & Sienatra, K. B. (2020). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5. (BLM ADA)
- Suwastiari, Ni Luh Putu, D. (2021). Pengaruh Green Marketing, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Coffee Di Denpasar. *EMAS*, 2(1).
- Teddy, A., Amanda, D., & Se, Z. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Gofood Di Kota Bandung*. 7(2), 5422–5428.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, A. (2020). *Pemasaran* (1st ed.). ANDI.
- Tumbel, A. L., Djemly, W., Djemly, W., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk , Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada PT . Wahana Wirawan Manado The Influence Of Product Quality, Product Innovation And Brand Image On The Purchase Decision Of Car Nissan G*. 9(1), 1036–1046.
- Vachel, J., & Radianto, W. E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Dan Kasus Pada Jus Buah Depot Salmon Di Surabaya Performa. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 4.
- Wahyujatmiko, S., & Yon Hadi, I. (2018). Manajemen Pemasaran Online Makaroni Huhhah Yogyakarta. *JBTI: Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 9(2), 100–120. <https://doi.org/10.18196/bti.92104>

Widiasworo, E. (2019). *Menyusun Penelitian Kuantitatif Untuk Skripsi Dan Tesis* (Ilalang (ed.)). Araska.

Wiliana, E., Purnaningsih, N., & Muksin, N. H. (2020). *Pengaruh Influencer dan Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng di Serpong*. 2(2014), 222–230.

Wulandari, E. E. P. (2021). *Pengaruh Lokasi, Inovasi Produk, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eleven Cafe Di Kota Bengkulu*. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 2(1), 74–86.

